

**Rente aufbessern** Ruheständler können jenseits der Regelaltersgrenze soviel hinzuverdienen wie sie wollen. Anders sieht dies aus bei vorgezogenen Altersrenten Seite 55

Online Tipps, Interviews, Arbeitsrecht – alles rund um die Themen Job, Aufstieg und Berufsleben [Abendblatt.de/karriere](http://Abendblatt.de/karriere)

## „Einfach mal Sinnloses ausprobieren“

Unternehmen bremsen die **Kreativität** ihrer Mitarbeiter oft durch zuviel Kontrolle aus, findet Autor Bernhard Wolff. Er kennt Tricks, frisch und quer zu denken

ALEXANDRA BÜLOW

Grubmah. Ttaldneba. Nemmokretiew. Nein, das Abendblatt bietet seine Texte nicht in einer wilden neuen Sprache an. Auch der Wahnsinn greift nicht um sich. Tatsächlich sind es sinnvolle, schöne Wörter – man muss sie nur von hinten nach vorn lesen: Hamburg. Abendblatt. Weiterkommen. Als Kinder war für viele Menschen das Rückwärtssprechen ein Riesengaudi. Bernhard Wolff pflegt es heute noch – und gibt dies als Anregung weiter, „einfach mal Sinnloses auszuprobieren und mit Worten und Bedeutung zu spielen, ohne auf das Ergebnis zu schielen“. So nämlich funktioniert Kreativität, Ideenreichtum.

Rückwärtssprechen ist dabei nur ein Weg, mal anders zu denken. Weitere Inspiration gibt Wolff am 18. Mai bei seinem Vortrag „Lust auf Ideen – Wie Sie beim Denken die Richtung wechseln“. Diesen hält er im Rahmen der Reihe „Weiterkommen“, die das Hamburger Abendblatt in Kooperation mit dem Institut für Weiterbildung anbietet. Wolff ist Werbekaufmann und Diplom-Wirtschaftspädagoge. Er arbeitete als Werbetexter in einer großen Werbeagentur und hat heute eine eigene Kreativagentur, die Konzepte, Vorträge, Einlagen für Tagungen anbietet.



**Bernhard Wolff mit Ergebnissen eines Brainstormings – er rief bei einer Veranstaltung dazu auf, Ideen zu entwickeln, wie ein Osterei für Bundeskanzlerin Angela Merkel aussehen könnte. Heraus kamen einige verrückte Ideen – etwa ein Spiegel-Ei als Hilfe zur Selbsterkenntnis. Ein Beispiel für Kreativität und frische Ideen**  
Christian Lietzmann

Mitarbeiter stecken voller Ideen. Aber es gibt viele Bremsen, diese Ideen nicht zuzulassen oder umzusetzen.  
**Bernhard Wolff, Speaker und Autor**

Wolff wird von sieben Methoden erzählen, die helfen, auf Ideen zu kommen, kreativer zu werden und querzudenken. Dazu gehört das Rückwärtssprechen – man kann es ihm gleich nachmachen und Wörter, die man beim Weg zur Arbeit, beim Lesen oder Fernsehen sieht, rückwärts lesen. Anfangen kann man auch beim eigenen Namen. Ein Riesenspaß – Querdenken leichtgemacht! Mehr Anregungen und „Ideenbeschleuniger“ stellt Wolff in seinem neuen Buch vor – ein Buch, für das Wolff an einigen Titelvorschlägen herumbastelte. Bis er sich entschloss: Es ist ein Buch mit Tipps für mehr Ideenreichtum. Folgerichtig heißt das Buch „Titel bitte selbst ausdenken“.

Ideen und Innovation sind jedoch nicht nur Spielerei. Der Wettbewerbsdruck für Unternehmen ist groß, der Markt wird enger – vorn ist das Unternehmen, das mit Neuem überrascht, innovativ ist. „Die Mitarbeiter in deut-

schen Unternehmen stecken voller Ideen“, sagt Wolff. „Aber es gibt viele Bremsen, diese Ideen auch umzusetzen, sie zuzulassen.“ Wenn Mitarbeiter Vorschläge in die Runde werfen, werden diese allzu oft zerpfückt, bewertet, beurteilt, abgetan, Bedenken geäußert. Statt auch halbwegs Ideen zu begrüßen, diese gemeinsam weiterzudenken, herumzuspinnen. Mit der Zeit hat niemand mehr Lust, von seinen Ideen zu erzählen – oder die Mitarbeiter haben von vornherein die Schere im Kopf. „Manche Führungskraft ruft zu mehr Ideen auf, blockiert sie dann aber, wenn sie ihre Machtposition gefährden könnten“, meint Wolff.

Kreativität kann jeder, findet Wolff. Der Autor rät dazu, immer wieder aus dem Alltagstrott herauszuspringen. Er selbst fährt gern aufs Land und lässt seine Gedanken schweifen. Ein solcher Tapetenwechsel lüftet den Kopf, man lässt los und kommt zur Ruhe. Die Basis für neue

Gedanken. Eine feine Strategie, auf Neues zu kommen, ist auch die Zufallswortmethode. Zum Beispiel, wenn man keine Idee für ein Geschenk hat. Wolff rät: „Man gibt bei der Bildersuche der Internetsuchmaschine als

Stichwort das Hobby des anderen ein und dazu irgendein anderes Wort. Zum Beispiel Senf. Da kommen die irrsten Ergebnisse.“ Und man selbst kommt auf die verrücktesten Ideen – das ein oder andere wird dabei sein,

das einen weiteren Gedanken lohnt.

Auch beim Fernsehabend kann man seine Kreativität fördern. Die Lieblingsserie kann man ohne Ton sehen und neue Dialoge erfinden. Oder beim Streaming auf Pause drücken und mit einer Whatsapp-Gruppe das Drehbuch weiterschreiben. Einer fängt an, der nächste spinnt weiter, ergebnisoffen. Das kann man gleich übertragen auf das nächste Brainstorming.

Auch hält es Wolff für wichtig, neugierig zu bleiben – auch, wenn man in Job und Leben rundum zufrieden ist. „Es lohnt, sich einmal in der Woche eine halbe Stunde auszuklinken und zu überlegen, worauf man Lust hat, was man noch lernen möchte und welche Gewohnheiten einem im Wege stehen.“ Er macht hält dies so und bleibt offen für Neues. „Ich möchte Menschen überraschen und inspirieren.“ Zum Beispiel am 18. Mai. Leiv Ssaps!

### Hier lernen Sie, beim Denken die Richtung zu wechseln

**Thema** Bernhard Wolff hält seinen Vortrag mit dem Titel „Lust auf Ideen – Wie Sie beim Denken die Richtung wechseln“ am 18. Mai in der Universität Hamburg. Der Ort wird noch bekannt gegeben.

**Karten** Die Tickets können online bestellt werden (siehe Internetad-

resse). Eine Karte kostet 49 Euro, Abonnenten des Abendblatts zahlen 45 Euro.

**Reihe** Das Hamburger Abendblatt bietet das Programm „Weiterkommen“ in Kooperation mit dem Institut für Weiterbildung der Universität Hamburg an. Die Reihe wird unter-

stützt von DAK Gesundheit, Arbeit und Mehr sowie dem Hotel Scandic Emporio.



### BUCH DER WOCHE

## Kleine Hinweise statt vieler Daten

ANDREAS MATZ

**Inhalt:** ●●●●● Martin Lindstrom ist so etwas wie ein Marketing-Detektiv. Er sieht sich als forensischer Wissenschaftler, der die emotionale DNA erforscht. Wer diese nämlich kennt, weiß warum Menschen in einer bestimmten Situation ein Produkt kaufen, ein anderes nicht. Lindstrom ist seit Jahren auf der ganzen Welt unterwegs. Er weiß, was die Magneten an sibirischen Kühlschränken bedeuten oder kennt die problematische Rolle indischer Schwiegermütter. Das „Time Magazine“ zählt den Dänen zu den 100 einflussreichsten Persönlichkeiten der Welt. Kein Wunder, denn er löst die schwierigsten Fälle.

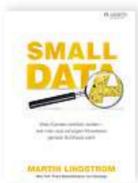
Wenn es darum geht, abstürzende Marken kurz vor dem Crash zu retten, ruft man Lindstrom. Das taten auch russische Investoren, die gern ein Milliardenunternehmen wollten. Die Idee für das Produkt und das Geschäftsmodell sollte von Lindstrom kommen. Das ist die erste von sieben großen Geschichten im Buch „Small Data“ von Martin Lindstrom.

„Small Data“ sind bei ihm kleinste Hinweise, in denen die Lösung für das Problem steckt – während andere noch immer „Big Data“ für das große Ding halten. Aus Unmengen von Daten soll sich das Kaufverhalten vorhersagen und manipulieren lassen. Big Data zeige nur Korrelationen, Small Data hingegen deckt Kausalitäten auf, meint er.

Seit seinem Bestseller „Buyology“ gilt Lindstrom als Großmeister der Kaufmotivation. Hier ist ihm erneut ein großer Wurf gelungen.

**Präsentation:** ●●●●● Spannender und unterhaltsamer kann man über Marketing nicht schreiben. Dies ist ein Reiseführer zu Projektschauplätzen. Der Leser erfährt mehr über die reale Lebenswirklichkeit als aus jedem Touristenführer. Sibirien, Saudi-Arabien, Indien, China oder Südamerika – Lindstrom war da, und niemand kann besser erklären, wofür die Menschen dort ihr Geld ausgeben und wofür nicht.

**Praxiswert:** ●●●●● Für Gründer, Unternehmer, Verkäufer und natürlich Marketingprofis ist dieses Buch das bisher wichtigste des noch jungen Jahres. Lindstrom zeigt uns einen Weg, in detektivischer Fleißarbeit zu neuen, erfolgreichen Produktideen zu kommen. Dieses Buch erzählt, wie kleine Spuren zu großen Trends werden.



„Small Data: Was Kunden wirklich wollen – wie man aus Hinweisen geniale Schlüsse zieht“ von Martin Lindstrom, Plassen Verlag, 320 Seiten, 24,99 Euro

## Geldsegen bei Flugverspätung

**Gründerköpfe** Konstantin Loebner und Mehdi Afridi kaufen Passagieren Entschädigungsansprüche ab

ALEXANDRA BÜLOW

Über die Bahn regen sich die Menschen gern auf – vor allem über die häufigen Verspätungen und verpasste Anschlusszüge. Wer immer mal wieder mit dem Flugzeug reist, hat allerdings auch nicht unbedingt viel Besseres zu berichten: Man sitzt am Gate, der Einstieg verzögert sich, das Flugzeug hebt eine Stunde später ab als geplant, oder man hockt ewig im Flugzeug, bevor es in Richtung Startbahn rollt. Oder der Flug wird gleich ganz gestrichen. Meldet man sich bei den Fluggesellschaften, hat so mancher nicht das Gefühl, wie ein Kunde behandelt zu werden. Man rennt ewig hinterher, nur wenig passiert. Und einen Anwalt einzuschalten, kostet Geld. Konstantin Loebner und Mehdi Afridi kennen dieses Dilemma und wollen mit ihrem im Februar gegründeten Unternehmen WirkaufendeinenFlug.de Hilfe anbieten.

Kommt ein Fluggast mindestens drei Stunden verspätet an seinem Ziel an, hat er – bis auf Ausnahmen wie Streik oder Unwetter – Anspruch auf Entschädigung. Das gilt rückwirkend auch für die vergangenen drei Jahre. Auf der Internetseite [www.wirkaufendeinenflug.de](http://www.wirkaufendeinenflug.de) kann man seine Flugdaten eintragen. Loebner und Afridi haben einen Algorithmus entwickelt, der mit verschiedenen Daten gefüttert wird, darunter Wetterangaben oder Flugdaten wie tatsächlichem Abflug und Ankunft von Flügen. So werden die



**Gründer: Mehdi Afridi (l.) und Konstantin Loebner** Patrick Lux

Angaben des Fluggastes per Computer überprüft. Ist der Fall nicht ganz klar oder sicher, prüft ein Syndikusanwalt im Unternehmen die Angaben und wägt die Wahrscheinlichkeit ab, ob der Anspruch durchgesetzt werden kann. Der Fluggast bekommt auf jeden Fall nach kurzer Zeit eine Reaktion. Das kann eine Absage sein, aber eben auch die Antwort, dass WirkaufendeinenFlug.de das macht, was es im Unternehmensnamen trägt: „Wir kaufen dem Kunden dann seinen Anspruch an die Airline ab“, sagt Loebner.

Bis zu 600 Euro Entschädigung sieht das Gesetz vor, das Unternehmen zahlt bis zu 400 Euro – der Rest ist Provision. Mit dem Anspruch, den der Kunde abgetreten hat, geht WirkaufendeinenFlug.de an die Fluggesellschaft heran und fordert die Entschädigung. Manche Fälle gehen vor Gericht, nicht alle werden gewonnen.

Auf die Geschäftsidee gekommen ist Sebastian Diemer, der Chef war vom

Hamburger Start-up Kreditech. Er ärgerte sich immer wieder über Flugverspätungen und -annullierungen. Nun hörte er von Anbietern, die für Kunden Entschädigungsforderungen bei Fluggesellschaften erstreiten. Diemer wollte noch schneller prüfen. Loebner, 23, und Afridi, 31, waren Mitarbeiter bei Kreditech und hatten Lust auf die Geschäftsidee – die beiden gründeten WirkaufendeinenFlug.de. Diemer ist Investor und Berater. Informatiker Afridi ist für die technische Abwicklung und die Entwicklung des Algorithmus zuständig. Loebner ist Geschäftsführer. „Ende 2015 hatten wir die erste Homepage, mit der wir testen konnten, ob Menschen sich für das Angebot interessieren“, sagt Loebner. Die Resonanz war gut, also arbeiteten sie eine professionelle Seite aus und entwickelten das Programm. Mitte Februar dieses Jahres ging die Seite online. „Wir hatten mit etwa 300 Anfragen am ersten Tag gerechnet“, sagt Loebner. Es kamen weit über 1000 Anfragen. Mittlerweile arbeiten rund 20 Werkstudenten im Unternehmen – einige im technischen Bereich, andere als Sachbearbeiter oder Kundenberater im Callcenter.

Nun sind weitere Investoren eingestiegen. Und WirkaufendeinenFlug.de hat eine App entwickelt, mit der der Kunde seine Daten eingeben kann, zum Teil per Sprachnotiz und auch offline. Ein Angebot vor allem für Vielflieger.

[www.wirkaufendeinenflug.de](http://www.wirkaufendeinenflug.de)

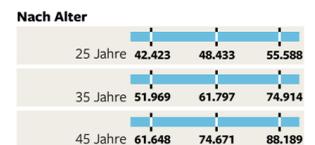
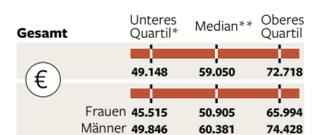


**Silke Grage ist Fachanwältin für Arbeitsrecht in Hamburg.** [www.ra-grage.de](http://www.ra-grage.de)

### Wer verdient wie viel?

#### E-Technik-Ingenieur/in

Jahresbrutto, ohne Personalverantwortung



\* Quartil = Ober- oder unterhalb dieses Wertes verdienen nur noch 25 % besser oder schlechter.  
\*\* Median = 50 % verdienen mehr, 50 % weniger  
Infografik: fh Quelle: gehalt.de